

PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC*
Pengenalan 7 Batu Mulia di Jawa
UNTUK KATEGORI PEMULA



PROGRAM STUDI S-1
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2016

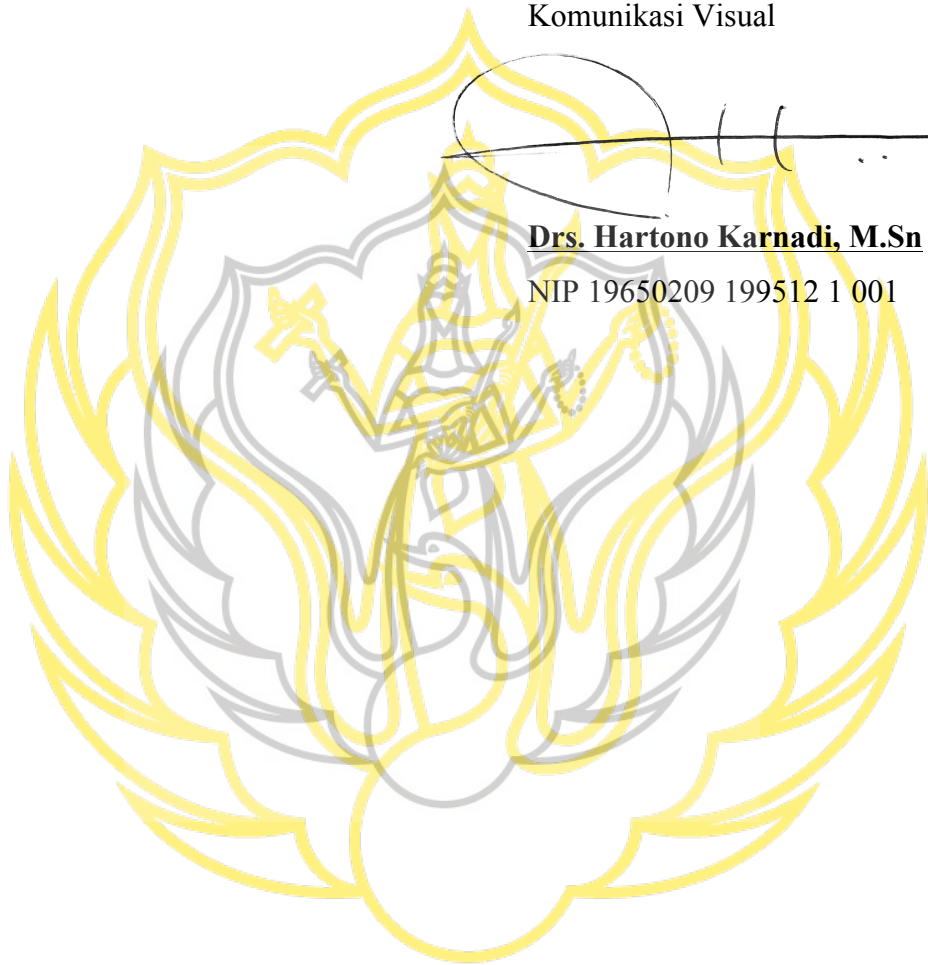
Tugas Akhir Karya Desain berjudul :
PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* PENGENALAN 7 BATU MULIA DI
JAWA UNTUK KATEGORI PEMULA diajukan oleh Obby Maulana Ariffiandy,
NIM 1112130024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim
Pembina Tugas Akhir pada tanggal 1 Februari 2016 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Program Studi S-1 Desain
Komunikasi Visual



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn

NIP 19650209 199512 1 001



ABSTRAK

PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* PENGENALAN 7 BATU MULIA DI JAWA UNTUK KATEGORI PEMULA

Oleh : Obby Maulana Ariffiandy

Indonesia memiliki kekayaan alam yang begitu beragam, dari sabang sampai merauke dengan mudah ditemukannya berbagai macam sumber daya alam mulai dari kekayaan laut, darat, bumi. semua itu dapat dimanfaatkan manusia untuk keberlangsungan hidup secara gratis. Mineral merupakan sumber daya alam elit yang terdapat di Indonesia dengan kekayaan jenis, fungsi, dan cerita seputar sejarahnya memiliki sisi yang menarik dari Negara yang memiliki kesuburan tanah terbaik di dunia ini. Mineral digolongkan menjadi batuan mulia, dan batuan mulia yang sudah mengalami proses pengolahan menjadi perhiasan berganti namanya menjadi “akik”. Mineral sendiri juga merupakan jenis sumber daya alam yang bersifat tidak dapat diperbaharui, dan karena dampak fenomena yang sedang terjadi di kalangan masyarakat Indonesia, menjadikan trend batuan mulia ini semakin membuat orang menjadi memburu habis-habisan dan mengais dimana batu muli berada. Beragam kasus yang berkaitan dengan keberadaan batu mulia mulai bermunculan, mereka dengan bangga menggunakan perhiasan akik di tubuh mereka. Maka dari itu sangatlah penting sebuah edukasi baru dapat mengingatkan kembali bagaimana peran penting sumber daya alam dapat lestari di tempatnya, namun tetap eksis di ranah nasional tanpa merusak alam.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis terdorong untuk membuat perancangan ini yang diharapkan perancangan dapat mempersuasi masyarakat umum untuk memperhatikan lagi sumber daya alam yang berpotensi besar bagi Negara.

Kata kunci : Batu mulia, motion graphic.

ABSTRACT

MOTION GRAPHIC DESIGN INTRODUCTION 7 PRECIOUS STONE IN JAVA FOR BEGINNERS CATEGORY

By: Obby Maulana Ariffiandy

Indonesia has a various kind of natural resources, from Sabang to Merauke we can easily discover a wide variety of natural resource from the sea, land and earth. All that can be exploited by human for free. Mineral is an elite natural resource that is contained in Indonesia with a wealth of types, functions, and history has the interesting side from country which has the fertility of the good soil in the world. Minerals are classified into rock noble and precious rocks that have undergone a process of processing into jewelery changed its name to "agate". Mineral is also a kind of natural resources that are not renewable, and because of the impact of the phenomenon that was prevalent in Indonesia, making this precious rock trend makes people into all-out hunt and scavenge where these gemstone is located. Various cases relating to the existence of precious stones began to appear, they proudly use gemstone jewelry on their bodies. Therefore it is important a new educational how can recall the important role of natural resources can be sustainable in place, but still exist in the national sphere without damaging nature.

So this is why the authors are encouraged to make this design that can be persuade the general public to pay attention to another natural resource that has great potential for the State.

Keywords : Gemstone, motion graphic

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dulu tidak begitu dipandang sekarang diburu habis-habisan, sepertinya kalimat tersebut cukup jelas untuk menggambarkan situasi kekinian yang berhubungan dengan fenomena yang terjadi pada masyarakat Indonesia. Pada akhir tahun 2014 sampai saat ini di berita media penyiaran dan media sosial kerap akan berita mengenai batu akik khas Indonesia dan masyarakat yang sedang “demam” batu akik. Beberapa kasus yang berkaitan dengan objek ini pun bermunculan. Tidak jelas apa yang menjadikan fenomena ini begitu melekat pada masyarakat sampai merekapun tidak sedikit yang mengubah kehidupan ekonomi mereka untuk menjadi penjual, pengrajin, kolektor, dari batuan mulia atau akik ini. Karena sebelum fenomena ini terjadi, segala hal yang berkaitan dengan batu mulia menjadi sesuatu yang tidak begitu mencolok dan menarik pada masyarakat umum, hanya mereka yang benar-benar bekerja pada bidangnya yang paham bagaimana cara untuk mengolah dan menjaga salah satu kekayaan bumi ini agar dapat lestari pada tempat yang seharusnya. Kini fakta lain menunjukkan bahwa masyarakat pada umumnya memiliki ambisius untuk memiliki sebuah batu mulia tersebut, baik digunakan untuk kebutuhan barang *fashion* berupa perhiasan atau yang lainnya. Mereka saat ini mulai tahu bagaimana sebuah batu mulia memiliki nilai estetika, ekonomi, politis, dan lain-lain. Hal itu dapat dilihat pada kehidupan sehari-hari yang dulu pedagang dan pengrajin batu mulia hanya beberapa tempat kini sudah banyak ditemui dengan mudah di berbagai spot perdagangan, bahkan di salah satu daerah di Jawa, Cirebon tepatnya terdapat satu pasar dengan blok atau wilayah khusus penjualan batu akik yang semula wilayah tersebut dipergunakan untuk memperdagangkan barang dagang lain. Kemudian kaitannya dengan hal politis bahwa tidak sedikit dari para petinggi Negara yang memiliki perhiasan berupa batu akik yang melingkar di jari mereka untuk memperlihatkan segi eligimati dari setiap individunya.

Batu tersebut diolah oleh segelintir orang menjadi sesuatu yang mereka ambil dari sumber daya alam. Sumber daya alam sendiri memiliki peran penting sebagai keberlangsungan hidup manusia jadi sumber daya alam yang kini tersedia dengan gratis juga patut untuk dilestarikan dan dijaga agar tetap tersedia dan tidak terjadinya kepunahan, terutama jenis sumber daya alam yang bersifat tidak dapat diperbarui. Seperti yang dijelaskan pada artikel yang tertulis di (ilmugeologitambang.com/sumber-daya-alam) yang penulis akses pada tanggal 05-Mei-2015. Bahwa jenis sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui (*unrenewable resources*), yakni sumber daya alam yang akan habis karena tidak dapat dibuat yang baru. Contohnya timah, besi, bauksit, batu bara, dan mineral. Sumber daya alam tersebut akan dapat sangat berguna bagi kelangsungan hidup manusia jika dari manusia nya sendiri dapat benar-benar memahami sebagaimana peran penting sumber daya alam yang masih tersisa dibelahan dunia.

Mineral merupakan salah satu sumber daya alam yang bersifat tidak dapat diperbarui, yang terbuat dari senyawa kimia homogen yang memiliki bentuk teratur (sistem kristal) dan terbentuk secara alami. Batuan mulia merupakan anggota elit dari mineral alam, disebut elit kerena dari sekitar 3.000 jenis mineral di Bumi, hanya terdapat 150-200 yang bisa digolongkan jenis batu mulia. di Indonesia sendiri terdapat banyak jenis mineral yang dapat ditemukan hampir di seluruh wilayah di Indonesia dengan 34 propinsi kecuali Jakarta Sujatmiko (2015). Mineral tersebut yang kini banyak diolah oleh sejumlah orang menjadi batu perhiasan, batu sebagai media pengobatan, hiasan rumah, sampai menjadi alat industri pemotong bahan keras karena batu mulia mempunyai kadar kekerasan yang sampai sulit untuk dipecahkan. Beberapa fungsi tersebut juga mempengaruhi batu mulia dari segi nama. Nama akik sendiri adalah nama asli dari Indonesia untuk sebutan batu mulia yang sudah mengalami proses pengolahan oleh tenaga manusia berupa perhiasan, *gemstone* merupakan nama tren batu mulia di ranah internasional untuk membedakan pada setiap batu alam yang mempunyai nilai jual tersendiri dibandingkan dengan jenis batu yang lain.

Peran kekayaan bumi di Indonesia sudah diketahui oleh banyak pihak masyarakat sebagai negara yang memiliki kesuburan tanah terbaik di dunia, memiliki jumlah pulau terbanyak, hujan tropis terbesar di dunia, lautan terbesar didunia, dan memiliki 147 gunung berapi di berbagai propinsi di Indonesia, Namun untuk pengetahuan akan sumber kekayaan alam berupa mineral atau batu mulia lah yang masih bersifat pasif, artinya masih belum menjadi pengetahuan yang umum dan dengan mudah didapatkan kebenarannya bagi masyarakat. Padahal jika dilihat dari potensi berapa banyak pulau, tanah terbaik, lautan terbesar serta banyaknya gunung berapi. Hal itu akan sangat memungkinkan bahwa potensi mineral berupa batu mulia di Indonesia sangatlah luar biasa, memiliki jenis mineral yang khas dari negara ini. Seperti yang sudah disampaikan oleh Muhammad Taslim, GG (2011) sebagai pengamat di badan penelitian geologi, dan dituliskan pada artikel *online* (www.ilmugeologitambang.com/geodinamik-pembentukan-mineral-indonesia). Belum juga prestasi negara Indonesia akan penjualan batu akik terbesar se-Asia Tenggara. Menjadikan komoditas ekspor batu mulia melonjak di 2 tahun terakhir ini.

Kepulauan Jawa dengan daerah yang berpotensi batu mulia memiliki 7 (tujuh) jenis bebatuan yang khas sesuai dengan iklim yang berada di dataran tersebut, menurut sumber data lapangan dari museum geoteknologi UPN Yogyakarta, batuan tersebut antara lain *Agate*, *Amethyst* (Kecubung), *Jasper*, *Kalsedon*, *Quartz* (Kuarsa), *Obsidian*, dan *Opal*. Tujuh jenis batu mulia tersebutlah yang akan dibahas dalam perancangan *motion graphic* ini. Karena dari tujuh jenis batu mulia tersebut diantaranya yang memiliki sifat spesies sendiri, dan itu merupakan nilai khas batu mulia yang khusus dapat ditemukan di Pulau Jawa saja. Kemudian minimnya pengeksposan batu mulia khusus pada wilayah Jawa yang memiliki batu mulia khas dari berbagai daerahnya. Hal ini dapat dilihat di berbagai media informasi seperti buku, audio visual, dan berbagai artikel yang dimuat pada media cetak maupun elektronik. Jikalaupun ada informasi mengenai hal itu, itu juga belum dimuat dalam satu media atau dirangkum menjadi satu kesatuan yang khusus membahas batu mulia di kepulauan Jawa. Karena kebanyakan sumber

informasi batuan mulia saat ini adalah pengetahuan berbagai *gemstone* dari seluruh Dunia. Hal ini membuat nilai khas batu mulia Jawa tidak dieskpos dan disebar luaskan pengetahuannya secara terbuka, mengingat nilai keunggulan, cerita, dan peran batu mulia di Jawa sangatlah bagus jika dapat diketahui oleh khalayak. Karena pulau Jawa sendiri mempunyai akar kebudayaan yang sangat kental dan beragam, dengan mudah ditemukan disekeliling saat ini dan banyak kaitannya dengan kehidupan sehari-hari.

Dari berbagai ulasan mengenai apa itu batu mineral, potensi di Indonesia, dan sebab akibat adanya batuan mulia ini merupakan alasan penulis untuk mengangkat objek dan beberapa permasalahan dalam perancangan tugas akhir ini. Pada perancangan ini, penulis akan membahas bagaimana nilai penting yang terkandung dalam sebuah batu mulia, proses terciptanya batu mulia dari kandungan mineral bumi, tingkatan suatu nilai dari satu jenis batu dengan jenis yang lainnya, dari aspek keindahan, kekhasan, habitat, dan pecahan-pecahan mineral yang ada di dalamnya, yang dilengkapi dengan visual video dan fotografi. Adapun fungsi lain dari sebuah batu mulia yang dapat dimanfaatkan oleh segelintir orang untuk berbagai bidang jenis pekerjaan.

Perancangan ini dibuat karena alasan utama untuk mengenalkan kekayaan alam berupa batu mulia di Jawa yang memiliki nilai kekhasan dan kelokalan agar peran batu mulia semakin dikenal dengan baik dari segi keistimewaan, cerita dibalik batu mulia, fungsi, dan nilai keunggulan yang dimiliki batu mulia tersebut. Adanya dampak positif yang berkaitan dengan batu mulia di Jawa yakni dapat menjadikan negara Indonesia menjadi negara yang tidak hanya sebagai negara pengimpor namun sebagai negara yang dapat menunjukkan jati diri, mengurangi jumlah pengangguran, bertambahnya pajak bagi negara, menambah komoditas ekspor pada barang mentah, dan lain-lain. Hal itu dapat terjadi jikalau dari masyarakatnya dapat mengerti betul bagaimana cara mempertahankan dan mengolah kekayaan alam dengan sebaik-baiknya tanpa merusak alam. Kemudian dengan berbagai informasi yang disajikan dalam bentuk perancangan *motion graphic* ini berusaha untuk mempengaruhi kesadaran dan mengajak mereka yang

berkutat dengan batuan mulia dan masyarakat umum untuk menjadi pemerhati sumber daya alam khususnya batu mulia yang berpotensi besar bagi Negara. Maka dari itu dibutuhkan usaha untuk memajukan negara melalui transformasi dari penduduknya dengan memberikan asupan ilmu pengetahuan yang berguna bagi semua banyak pihak.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media *motion graphic* tentang batu mulia di Jawa, yang di harapkan perancangan dapat memberikan informasi yang komprehensif tentang kekayaan alam yang ada di Jawa?

C. Tujuan Perancangan

Untuk merancang *motion graphic* pengenalan 7 batu mulia di Jawa untuk kategori pemula, dengan pendekatan materi yang mengarah kepada pengedukasian, serta *motion graphic* yang dapat dijadikan acuan sebagai salah satu media baru yang membahas khusus tentang 7 batu mulia di pulau Jawa.

D. Metode Perancangan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu melalui referensi, wawancara, dan analisis di lapangan. Penelitian tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan sumber daya alam berupa batuan mineral yang berada di tanah Jawa. Hal ini dilakukan melalui studi pustaka atau referensi, dari berbagai macam buku, majalah, artikel di internet serta hasil angket dan wawancara dengan orang-orang yang bersangkutan sebagai narasumber utama.

E. Landasan Teori

Perancangan *motion graphic* ini akan menggunakan teori-teori yang diambil dari ilmu Desain Komunikasi Visual dalam upaya membentuk

perancangan yang sesuai dengan kaidah ilmu Desain Komunikasi Visual itu sendiri.

1. Komunikasi (Teori *Behaviorisme*)

Ilmuwan komunikasi yang mendukung teori *behaviorisme* ini adalah Jhon B. Watson (1878-1958). Ilmuwan ini memiliki julukan *The Father of Behaviorisme* di Amerika. Teori komunikasi ini menyebutkan bahwa dari semua perilaku, termasuk tindak balasan atau yang dikenal dengan respon itu semua ditimbulkan dari adanya rangsangan (stimulus) yang disebabkan oleh suatu media komunikasi. Teori ini juga beragumen bahwa media sangat memberi tekanan kepada suatu peristiwa, dari peristiwa itu media mengangkat peristiwa tersebut dan mempengaruhi khalayak untuk menganggap peristiwa tersebut penting. Kesimpulannya jika hal apa yang dianggap penting oleh media, maka penting juga bagi khalayak (masyarakat).

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pesan itu diusahakan dengan memakai bahasa, simbol, atau lambang yang sudah dipahami oleh komunikan maupun komunikator. Secara fungsi komunikasi dibagi menjadi empat, yaitu:

- a. menyampaikan (*to inform*)
- b. menghibur (*to entertain*)
- c. mempengaruhi (*to influence*)
- d. mendidik (*to educate*)

Setelah diketahui adanya teori diatas, maka penulis menerapkan teori komunikasi dalam perancangan ini sesuai salah satu fungsi komunikasi yaitu mempengaruhi (*to influence*). Mempengaruhi disini akan membangkitkan pengertian melalui alam bawah sadar. Kemudian untuk bentuk pesan komunikasi itu sendiri menggunakan pendekatan persuasif, dimana menggunakan pesan verbal dan visual secara seimbang untuk tujuan mempengaruhi, namun bukan karena paksaan akan tetapi diterima dengan keterbukaan dari penerima.

2. Media *Uses and Gratifications*

Teori ini berisi mengenai bagaimana mempersiapkan media yang sesuai dengan kebutuhan perancangan yang didalamnya terlibat suatu proses komunikasi, dengan tujuan informasi yang disampaikan lewat media yang tepat akan menghasilkan dampak baik dan dapat diingat dalam jangka panjang. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Hal ini juga berarti pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Adapun cara untuk menentukan media yang sesuai dengan perancangan menurut teori adalah:

- a. Dapat menarik perhatian hanya dengan topik
- b. Pentingnya materi dalam media
- c. Relevan dengan kondisi yang ada dalam lingkungan
- d. Berisi materi autentik dan faktual
- e. Format sistematis dan logis
- f. Narasi, gambar, dan sebagainya memenuhi syarat kualitas
- g. Bahasa, ilustrasi, simbol komunikatif
- h. Sudah teruji daya dukungnya.

Dari beberapa aspek diatas, teori ini penulis anggap menjadi salah satu teori yang dapat menunjang penulis dalam pembuatan perancangan ini agar perancangan diharapkan memberikan dampak nyata yang positif kepada *target audience*.

F. Pembahasan Hasil Perancangan

1. *Motion Graphic*

Motion graphic sebagai media utama dari perancangan ini, karena *motion graphic* dapat menampilkan dan memberikan nuansa baru pada media pengenalan dan bahan edukasi mengenai objek perancangan, media *motion graphic* merupakan media yang tidak banyak ditemui untuk menjelaskan informasi yang interaktif dan menarik dari objek perancangan, karena banyak dari media informasi yang sudah ada saat ini yaitu hanya berbasis media cetak. Untuk pengemasan berupa video bukan berarti tidak ada sekalipun, karena penulis pernah menjumpai video yang menjelaskan mengenai seluk beluk batu mulia yang berada di Indonesia, namun video tersebut berupa film dokumenter dari salah satu channel televisi yang sedang menyayangkannya dalam sebuah program acara. Sekarang penulis mencoba mengembangkan alternatif media baru, masih dalam dunia audio visual namun dengan pengemasannya yang berbeda yakni *motion graphic*.

Selain karena alasan tersebut, penulis beranggapan juga karena media audio visual berupa *motion graphic* juga merupakan media yang cukup mudah untuk didapatkan, disebarluaskan, dan untuk menikmatinya kini karena perkembangan era digital dan internet yang semakin berkembang dengan baik. Hal itu merupakan kesempatan tersendiri selain untuk mendapatkan informasi dan update berita, namun tontonan yang berbasis pengedukasian dan bertujuan untuk konservasi terhadap batu mulia ini juga merupakan tayangan yang layak untuk di nikmati oleh kalangan siapapun. Karena tidak akan ada yang merasa terugikan jika bahan edukasi ini bisa sampai ke konsumen dan digunakan sebagai bahan ilmu pengetahuan.

2. *Big Idea*

Adapun *big idea* dari konsep perancangan ini yaitu mengusung nuansa alam yang berada di Indonesia, nuansa alam itu sendiri penulis pilih karena penempatannya yang berhubungan dengan letak batu mulia yang

sama-sama dari alam, berupa kekayaan alam, dan usaha atau konservasinya yang berhubungan dengan ekosistem alam. Kemudian adanya penetapan kata kunci dalam merancang desain juga sama pentingnya dalam perancangan ini agar desain dari keseluruhan dapat konsisten dan berhasil memunculkan nuansa dari *big idea* yang diinginkan, adapun kata kunci tersebut adalah **tropis**. Seperti yang dijelaskan menurut kamus besar Indonesia (KBBI), tropis adalah sebuah tempat yang memiliki iklim panas, lembab, dan hujan karena letak geografisnya. Tropis cukup menggambarkan bagaimana keadaan negara Indonesia terlihat dari segi eksotis nya, dari itu penulis pilih sebagai visualisasi yang mengarah kepada pesona alam berupa tumbuhan hijau abadi dan tempat-tempat yang lembab dan hangat. Kata kunci tersebut sebagian besar akan dimunculkan untuk menciptakan nuansa tersendiri dalam perancangan ini. Nuansa tersebut akan dibantu olah visualnya dengan elemen-elemen grafis seperti tema warna, tipografi, dan lain-lain seperti yang akan penulis jabarkan dalam sub bab pra produksi.





3. Sinopsis



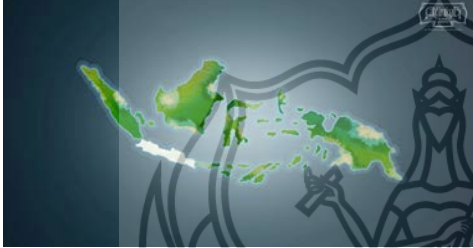



Sinopsis dari perancangan *motion graphic* berjudul Ajining Batu Mulia ini adalah berisi video ber seri, yaitu video yang memiliki jumlah lebih dari dua buah penayangan dengan konten yang berbeda-beda, dan karena dalam perancangan ini membahas tentang tujuh batu mulia di Jawa, maka setiap batu mulia masing-masing akan dibuatkan satu video serinya. Setiap video seri memiliki durasi yang tidak lebih dari 5 menit. Kemudian untuk alur cerita dari setiap pembahasan batu akan dijadikan sama rata, agar mempermudah pemahaman video dengan urutan yang tidak membuat bingung penonton. Berikut ini alur cerita dari setiap video seri Ajining Batu Mulia.

- a. Pertama, Bumper *logotype* Ajinining Batu Mulia
- b. Kedua, *Opening* batu mulia
- c. Ketiga, Penjelasan singkat mengenai batu mulia
- d. Keempat, Ciri-ciri batu mulia
- e. Kelima, Detail visual dari setiap batu mulia





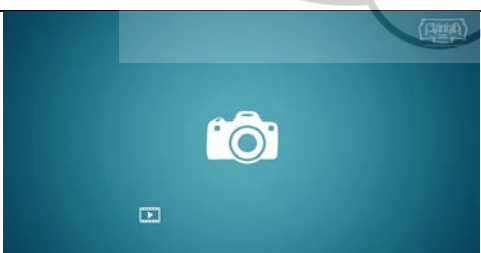
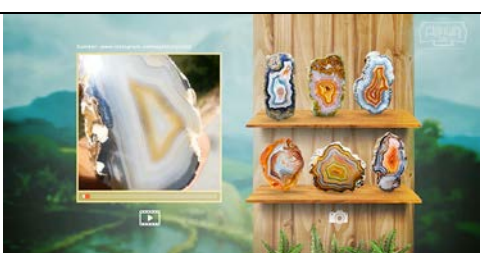
- f. Keenam, Ragam jenis batu mulia yang dapat ditemukan di Jawa
- g. Ketujuh, *Closing*


4. Screen Shot Motion Graphic

	<p>Scene : 0 / Shot: 1 Action : Opening bumper logotype Setting : - Angle : - Sound : Samsung Everland MV Durasi : 20 detik</p>
	<p>Scene : 1 / Shot: 2 Action : Bentangan Negara Indonesia Setting : Luar angkasa Angle : <i>Eye level</i> Sound : Viky Sianipar - Gondrang Durasi : 3 detik</p>
	<p>Scene : 1 / Shot: 3 Action : Peta Indonesia Setting : Permukaan bumi Angle : <i>Bird eye</i> Sound : Viky Sianipar - Gondrang Durasi : 4 detik</p>
	<p>Scene : 1 / Shot: 4 Action : Pop up kebudayaan Indonesia Setting : - Angle : <i>Eye level</i> Sound : Viky Sianipar - Gondrang Durasi : 4 detik</p>
	<p>Scene : 1 / Shot: 5 Action : Pop up ragam batu mulia Setting : - Angle : <i>Eye level</i> Sound : Viky Sianipar - Gondrang Durasi : 4 detik</p>

	<p>Scene : 2 / Shot: 6</p> <p>Action : Penjelasan tentang batu mulia</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Viky Sianipar - Gondrang</p> <p>Durasi : 5 detik</p>
	<p>Scene : 2 / Shot: 7</p> <p>Action : Ragam perhiasan</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Viky Sianipar - Gondrang</p> <p>Durasi : 5 detik</p>
	<p>Scene : 3 / Shot: 8</p> <p>Action : Pop up ragam batu mulia</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : <i>Eye level</i></p> <p>Sound : Sophonic – <i>Uplifting inspiration</i></p> <p>Durasi : 4 detik</p>
	<p>Scene : 3 / Shot: 10</p> <p>Action : Pop up <i>icon</i> kerajaan Majapahit</p> <p>Setting : Pulau Jawa</p> <p>Angle : <i>Bird Eye</i></p> <p>Sound : Sophonic – <i>Uplifting inspiration</i></p> <p>Durasi : 1 detik</p>
	<p>Scene : 3 / Shot: 11</p> <p>Action : Pop up <i>icon</i> provinsi di Jawa</p> <p>Setting : Pulau Jawa</p> <p>Angle : <i>Bird Eye</i></p> <p>Sound : Sophonic – <i>Uplifting inspiration</i></p> <p>Durasi : 6 detik</p>
	<p>Scene : 3 / Shot: 13</p> <p>Action : Cuaca hujan</p> <p>Setting : Alam</p> <p>Angle : <i>Eye level</i></p> <p>Sound : Sophonic – <i>Uplifting inspiration</i></p> <p>Durasi : 3 detik</p>

	<p>Scene : 4 / Shot: 16</p> <p>Action : Tiga point untuk menilai batu</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Sophonic – <i>Uplifting inspiration</i></p> <p>Durasi : 3 detik</p>
	<p>Scene : 4 / Shot: 17</p> <p>Action : Diagram skala mohs</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Sophonic – <i>Uplifting inspiration</i></p> <p>Durasi : 3 detik</p>
	<p>Scene : 4 / Shot: 20</p> <p>Action : Pop up teks 7 batu mulia Jawa</p> <p>Setting : Alam</p> <p>Angle : <i>Eye level</i></p> <p>Sound : Sophonic – <i>Uplifting inspiration</i></p> <p>Durasi : 1 detik</p>
	<p>Scene : 5 / Shot: 21</p> <p>Action : Opening batu agate</p> <p>Setting : Alam</p> <p>Angle : <i>Eye level</i></p> <p>Sound : Gus Teja – Bali jalan-jalan</p> <p>Durasi : 2 detik</p>
	<p>Scene : 5 / Shot: 22</p> <p>Action : Transisi, penjelasan agate (teks)</p> <p>Setting : Alam</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Gus Teja – Bali jalan-jalan</p> <p>Durasi : 5 detik</p>
	<p>Scene : 5 / Shot: 27</p> <p>Action : Penjelasan tingkat kekerasan</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Gus Teja – Bali jalan-jalan</p> <p>Durasi : 3 detik</p>

	<p>Scene : 6 / Shot: 28</p> <p>Action : <i>Zoom out</i>, gunung berapi</p> <p>Setting : Alam</p> <p>Angle : <i>Normal Eye</i></p> <p>Sound : Alumo - Triumphs</p> <p>Durasi : 2 detik</p>
	<p>Scene : 6 / Shot: 32</p> <p>Action : Jatuhnya cairan magma</p> <p>Setting : Bawah tanah</p> <p>Angle : <i>Normal Eye</i></p> <p>Sound : Alumo - Triumphs</p> <p>Durasi : 1 detik</p>
	<p>Scene : 6 / Shot: 35</p> <p>Action : 3D Rotasi batu agate</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Alumo - Triumphs</p> <p>Durasi : 2 detik</p>
	<p>Scene : 6 / Shot: 36</p> <p>Action : Slide show motif agate</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Alumo - Triumphs</p> <p>Durasi : 5 detik</p>
	<p>Scene : 7 / Shot: 37</p> <p>Action : Pop up <i>icon</i> foto dan video</p> <p>Setting : -</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Alumo - Triumphs</p> <p>Durasi : 2 detik</p>
	<p>Scene : 7 / Shot: 38</p> <p>Action : Transisi layout foto dan video</p> <p>Setting : Alam</p> <p>Angle : -</p> <p>Sound : Alumo - Triumphs</p> <p>Durasi : 1 detik</p>

	<p>Scene : 8 / Shot: 41 Action : Teks agate di Jawa Setting : - Angle : - Sound : Alumo - Triumphs Durasi : 2 detik</p>
	<p>Scene : 8 / Shot: 42 Action : Jenis akik agate 1 Setting : - Angle : - Sound : Alumo - Triumphs Durasi : 6 detik</p>

5. Durasi

- Bumper *logotype (full)* : 20 detik, *Short Bumper* : 15 detik
- Opening* + Batu Mulia Agate : 6 menit
- Batu Mulia Amethyst : 03:46 menit
- Batu Mulia Jasper : 03:36 menit
- Batu Mulia Kalsedon : 03:50 menit
- Batu Mulia Kuarsa : 02:58 menit
- Batu Mulia Obsidian : 02:41 menit
- Batu Mulia Opal : 03:02 menit
- Tips + *closing* + *credite tittle* : 03:58 menit
- Total durasi : ± 30 menit

j. Kesimpulan

Setelah beragam uraian yang penulis tulis pada bab-bab sebelumnya, adapun kesimpulan dari perancangan ini adalah, perancangan ini dibuat dengan *output* media berupa *video motion graphic* berseri yang membahas tentang pengenalan tujuh batu mulia yang dapat ditemukan di Jawa. Dapat dilihat pada tinjauan literatur (pada halaman 26) secara penyajian *motion graphic* ini

merupakan media yang baru dari yang sebelumnya belum pernah ada menurut pengamatan yang penulis lakukan. Adanya temuan dalam bentuk teknis pengerjaan *motion graphic* yang penulis terapkan dan membuahkan hasil yang positif, dimana teknik tersebut memungkinkan untuk diterapkan atau sebagai bahan referensi untuk memproduksi *motion graphic* dikemudian hari. Penemuan dan cara penyajian baru tersebut baik dari segi teknik maupun materi dapat lebih menguatkan lagi posisi *motion graphic* Ajining Batu Mulia ini sebagai media edukasi pertama khususnya yang bertopik batu mulia yang ditujukan untuk kategori pemula dengan wilayah spasial di Jawa Indonesia.

Terkait dalam penemuan baru penulis terhadap teknik pembuatan *motion graphic* ini yaitu terletak pada cara agar terlihat sinkron antara *voice over* dan tampilan *motion* agar terlihat sesuai satu dengan yang lain, pada saat tahapan mempersiapkan bahan *editing* adalah memprioritaskan *voice over* menjadi yang utama sebelum melakukan *editing key motion*, jadi dengan diketahui durasi dari *voice over* tersebut akan dengan mudah diketahui dimana animasi akan mulai, berganti dengan adegan baru, ataupun berhenti. Karena dari pengalaman penulis setelah melihat proses editing *motion graphic* sebelumnya mereka menjadikan bahan animasi sebagai yang utama sebelum melakukan *take vocal*, layaknya sebuah film animasi, dimana animasi video akan dirender terlebih dahulu yang kemudian di isi dengan *dubbing*. Namun cara tersebut tidak penulis terapkan karena secara teknis animasi dan *motion graphic* juga berbeda, maka dari itu penulis melakukan percobaan pertama pada *sequence* pertama *motion graphic* ini dengan menggunakan teknik yang sudah penulis jelaskan diawal.

Kemudian dalam proses pengerjaan *motion graphic* ini, adapun kendala yang harus penulis hadapi yakni saat penulis harus menerjemahkan sebuah materi mengenai pengetahuan akan proses pembentukan disetiap batu mulia dengan cara yang berbeda-beda. *Brief* berupa uraian materi tersebut penulis dapatkan dari edukator museum geoteknologi dan mineral UPN Yogyakarta, sebagai pihak kontributor dari perancangan ini, menyediakan banyak materi berupa foto dan *sample* batu mulia asli. Setelah itu *brief* tersebut harus penulis

terjemahkan lagi bahasa verbal nya agar dapat ditransformasi menjadi sebuah adegan yang ditampilkan pada *motion graphic*. Kemudian dengan adanya kendala tersebut akhirnya penulis berusaha untuk mencari penyelesaiannya dengan cara melihat beberapa referensi video dari *national geographic* yang berjudul “*How Gemstones Are Formed*” kemudian penulis buat dalam sketsa *storyboard* untuk di konsultasikan kembali kepada pihak museum agar adegan tersebut dapat benar-benar diyakini kebenarannya.



DAFTAR PUSTAKA

Arnaldo, Levy dan Muslim Bohari. 2015. *Katalog Batu Mulia Nusantara & Dunia*. Jakarta: Wahyu Media

Kuswadi, Adi. 2008. *Smart Learning 3Ds Max Fundamental*. Jakarta: Exceed

Sujatmiko. 2015. *100 Cerita Batu Mulia Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Suratie, Ahmad dan Art Wind. 2015. *Kemilau Batu Mulia Untuk Pemula & Orang Awam*. Jakarta: Prima

Pertautan:

Kurnia, Atep. 2014. *Sujatmiko Berkah di Balik Batu Mulia*.
<http://geomagz.geologi.esdm.go.id/sujatmiko-berkah-di-balik-batu-mulia/>,
(diakses 02 Februari 2015)

Taslim, Mohammad, gg. 2011. *Ragam dan Prospek Ekonomi Batu Mulia Indonesia*. https://www.facebook.com/permalink.php?id=473783569315638&story_fbid=733952553298737 (diakses 08 Februari 2015)